«Jedes unserer Produkte hat eine Geschichte»

Im Thuner Spezialitätengeschäft Simplyfine werden Produkte von Schweizer Produzenten verkauft. Die Besitzer Anita und Stefan Schrag haben mit diesem Geschäftsmodell bisher gute Erfahrungen gemacht.

THERESE KRÄHENBÜHL

«Die Produkte in unserem Laden sind 100 Prozent Swiss made», betont Anita Schrag. Zusammen mit ihrem Mann Stefan hat sie am 24. Februar 2017 den Laden Simplyfine in Thun BE eröffnet. Während zuvor im gleichen Ladenlokal mediterrane Spezialitäten verkauft wurden, setzen die neuen Besitzer auf Schweizer Produkte. «Wir haben uns überlegt, was schweizerisch für uns bedeutet. Auch wenn ein Produkt in der Schweiz hergestellt wird, kann es importierte Zutaten enthalten. Deshalb nehmen wir Swiss made wörtlich und bieten nur Produkte an, die von Schweizern gemacht werden.»

In der Schweiz produziert

So könnten sie in ihrem Laden zum Beispiel trotzdem Wein aus Australien oder Olivenöl aus Italien verkaufen, erklärt Schrag. «Es gibt viele interessante Schweizer Produzenten, die ausgewandert sind.» Schlussendlich würden diese Produkte nur etwa fünf Prozent des Angebotes ausmachen. «Der Grossteil unseres Sortimentes wird in der Schweiz hergestellt.» So werden im Simplyfine Käse mehrheitlich vom Chäser aus Ostermundigen, Jumi aus Boll und anderen kleineren Käsereien verkauft. Die Schokolade stammt von Casa Nobile in Bätterkinden, Max Chocolatier in Luzern, andere Süssigkeiten kommen aus dem Eriz und dem Emmental. Das Fleisch liefern die Metzgerei Balsiger in Wattenwil, Stephan Müller im Salgesch, Jumi aus Boll, Kobel aus Rubigen und Mani aus dem Graubünden, und frische Teigwaren kommen



Blick in den Laden Simplyfine in der Unteren Hauptgasse in Thun. (Bilder: Therese Krähenbühl)



Die reich bestückte Fleischtheke vom Simplyfine.

von Ingredienza in Bern, um nur einige Beispiele zu nennen.

Inspiriert vom Reisen

Mehrere Jahre haben Anita und Stefan Schrag zusammen in China und in Amerika gelebt. «Auch sonst sind wir weit gereist und hatten dabei die Möglichkeit, die Küchen vieler Länder zu erkunden», erklärt Anita Schrag. Nach den Jahren des Unterwegsseins sei dann der Wunsch gekommen, sesshaft zu werden. «Während ich vorher in grossen Unternehmen gearbeitet habe und viele Dinge sehr abstrakt waren, habe ich es heute jeden Tag mit handfesten Sachen zu tun. Das schätze ich.» Trotzdem sei der Aufbau des Ladens ein Sprung ins kalte Wasser gewesen. «Es gibt viele Dinge, die man am Anfang nicht weiss. Wir hatten zum Beispiel erwartet, dass die grosse Flaute im Sommer kommt, und haben unsere Angestellten gebeten, Ferien zu nehmen. Schlussendlich war der Juli dank der Touristen in der Thuner Innenstadt unser bester Monat seit der Eröffnung.» Leider hätten sie dann feststellen müssen, dass die Thuner im Herbst in die Ferien gehen würden. «Mit diesen unbekannten Parametern zu planen

Anita und Stefan Schrag vor ihrem Laden. (Bild: zvg) und umzugehen, ist nicht immer

Enge Zusammenarbeit

einfach.»

Anita und Stefan Schrag führen ihr Unternehmen mit viel Liebe und Hingabe. Anita Schrag dazu: «Jedes unserer Produkte hat eine Geschichte, und wir wissen, wo es herkommt, und vor allem, wer dahintersteht.» Die enge Zusammenarbeit mit den Produzenten sei ihnen wichtig. «Da wir sehr bewusst Nischenprodukte führen, sind die Produzenten in der Regel auch direkt die Lieferanten. Obwohl wir keine riesigen Mengen einkaufen können, verdient der Produzent bei uns mehr, als wenn er mit den Produkten in den Grosshandel gehen würde.» Die Kunden würden die Tatsache schätzen, dass zu jedem Produkt etwas erzählt werden könne. «Wir wenden relativ viel Zeit für die Beratung auf.» Klar gebe es auch Kunden, die dann offen sagen würden, dass ihnen die Produkte im Simplyfine zu teuer seien. «Es gibt zum Glück auch diejenigen, welche die Qualität schätzen und bereit sind, dafür etwas mehr zu bezahlen.» Einen grossen Teil ihres Umsatzes würden sie mit Ge-

Ein weiterer Kundenmagnet seien Events rund um die Produkte und Degustationen. «Es ist Teil unserer Geschäftsphilosophie, den Kunden die Freude am Genuss und an gutem Essen zu vermitteln. So verstehen sie besser, dass einzigartige Produkte ihren Preis wert sind», sagt die Simplyfine-Besitzerin. Die Einzigartigkeit ihrer Produkte zu erhalten, sei ein wichtiges Anliegen von ihnen. «Leider werden Grossverteiler für uns immer mehr zur Konkurrenz, da auch sie auf regionale Nischenprodukte setzen.» Als Produzent könne die Freude an solcher Zusammenarbeit von kurzer Dauer sein, gibt Anita Schrag zu bedenken. «So schnell man in diesem Geschäft drin ist, so schnell kann man die Aufträge der Grossverteiler wieder verlieren.»

In Produkte investieren

Während Stefan und Anita Schrag am Anfang ihre Lieferanten noch mühsam zusammensuchen mussten, hat sich ihr Geschäftsmodell nun schweizweit herumgesprochen. «Wir bekommen jetzt auch Anfragen von Produzenten, die möchten, dass wir ihre Produkte verkaufen.» An spannenden Produkten seien sie immer interessiert, erklärt Anita Schrag. «Wir sind aber auch kritisch. Mir ist es zum Beispiel ein grosses Anliegen, dass Produkte auch optisch ansprechend daherkommen und sauber verpackt sind.» Das sei mit kleinem Aufwand realisierbar, mache aber viel aus. «Daher empfehle ich auch kleinen Produzenten, in die Gestaltung der Verpackung etwas zu investieren. Der Kunde nimmt das wahr und reagiert positiv darauf.» Sie wiederum würde es sehr schätzen, wenn auch kleine Produzenten eine gewisse Professionalität zeigten. «Auch das bedeutet Swissness, dass wir mit unseren Lieferanten reden, gute Konditionen aushandeln und uns aufeinander verlassen können.»

www.simplyfine.ch

Auf dem Markt in Oerlikon herrscht eine Win-win-Situation

Jeden Mittwoch- und Samstag- Mittwoch etwas kleiner ist, wird merkt schnell, dass es beim sind selber auch Produzenten Produkten verdienen würden. auch mal kritische Fragen stelle Oerlikon Markttag. Auf dem Markt werden Gemüse und Fleisch aus der Region angeboten. Während der Markt am

«Die Kunden sind besser informiert»



Man merkt schon, dass die Kunden immer besser informiert und kritischer sind beim Einkaufen. Einheimischer

Fisch und Wildfang sind enorm gefragt, da könnte ich noch viel mehr verkaufen. Manchmal frage ich mich aber, ob die Konsumenten fast überinformiert und damit auch etwas verängstigt werden. Jeder Fleischskandal schlägt sich positiv beim Fischverkauf nieder. Mit unserem Stand auf dem Markt in Oerlikon haben wir eine gute Plattform. Die Arbeit mit einer kritischen Kundschaft bringt einerseits Herausforderungen mit sich, ist aber anderseits auch sehr interessant.

Marcel Römer von Römer Fischhandlung in Zürich

was das Herz kulinarisch be-

Wer sich unter Marktfahrern Konsumenten umhört,

«Der Marktbesuch ist ein schönes Ritual»



Mein Mann und ich kommen fast jeden Samstag als Familie mit unserer Tochter und unserem Sohn auf den Markt.

Unsere Tochter hat jetzt ein Alter erreicht, in dem der Marktbesuch ein besonderes Erlebnis und ein schönes Ritual ist. Ich bin selber Kindergärtnerin und weiss, dass es für die Kinder wichtig ist, dass sie die Produkte anschauen und vielleicht sogar probieren dürfen. Wenn ich im Grossverteiler einkaufe, fehlt dieses Erlebnis, und meine Tochter muss im Sitz im Wagen bleiben. Zusätzlich ist mir als Mutter die gute Ernährung meiner Kinder und die Qualität der Produkte wichtig.

Patricia Mancino mit Baby, Konsumentin

Produzenten eine Win-win-Sitation dar. Viele Marktfahrer «Ich schätze den

so ums Einkaufen geht. Offen-

bar stellt er für Anbieter und

Kundenkontakt»



An den Markttagen schätze ich den direkten Kontakt zu den Kunden. So weiss ich genau, welche unserer Produkte

gut ankommen und welche nicht. Dass wir zum Beispiel Obst- und Fruchtsäfte frisch auf dem Markt verkaufen, ist eine Besonderheit. Solche Nischenprodukte kommen bei den Kunden besonders gut an. Ich denke, dass die Kunden schätzen, wenn sie wissen, wer hinter den Produkten steht. Vermutlich zählt dieser persönliche Kontakt und dass die Sachen aus der Region kommen, fast mehr, als dass sie zum Beispiel unter einem Bio-Label verkauft wer-

Hansueli Furrer, «Natürlich Furrer» in Schongau LU

dazu erhalten. Zusätzlich betonen sie, dass sie mehr an ihren «Bio funktioniert und

Produkte direkt vermarkten

können und Rückmeldungen

wird gut gekauft»



Mit der Direktvermarktung unserer Produkte konnten mein Mann und ich ein zweites Standbein für unseren Betrieb

aufbauen, das uns ermöglicht, dass wir beide auf dem Hof arbeiten können. Am Samstag bin ich jeweils in Oerlikon und am Dienstag und Freitag in Winterthur auf dem Markt. Obwohl sich unser Stand in einer Nebenstrasse und nicht auf dem Hauptmarktplatz befindet, haben wir eine treue Kundschaft. Die Kunden schätzen es, dass unser Fleisch biologisch produziert wird und es unseren Tieren gut geht. Unser Betrieb zeigt, dass Bio gut funktioniert und gut gekauft wird.

Lejsa Hans vom Pünthof in Turbenthal ZH

sen das reiche Angebot, das Degustieren und den Kontakt zu den Produzenten. Es sei eine Klientel, die bewusst einkaufe,

«Bei uns kaufen viele junge Familien ein»



Bereits mein Grossvater hat auf dem Markt in Oerlikon Biogemüse verkauft. Das war in den 1960er-Jahren. Er wur-

de für sein Engagement damals noch belächelt, und es gab einen kleineren Kundenkreis. Heute ist das definitiv anders. Biogemüse ist sehr gefragt. Ich stelle auch fest, dass die Kundschaft immer jünger wird. Früher reichten sechs Mitarbeiter für den Markttag aus. Heute komme ich mit neun bis zehn Mitarbeitenden her. Bei uns kaufen viele junge Familien ein, die bei den Produkten viel Wert auf gute Qualität legen und bereit sind, einen angemessenen Preis zu bezahlen

Daniel Fischer von Fischer's Biogemüse in Brütten ZH

morgen ist im Zürcher Stadtteil am Samstag alles angeboten, Marktbesuch nicht nur einfach und schätzen es, dass sie ihre Die Kunden wiederum genies- und sich gut informiere, dafür aber in der Regel auch sehr treu sei, so der positive O-Ton der Marktfahrer.

Therese Krähenbühl

«Ich mag die besondere Stimmung»



Mir ist es wichtig, bewusst einzukaufen und zu konsumieren, darum komme ich so oft wie möglich in Oerlikon auf

den Markt. Zusätzlich achte ich darauf, dass die Produkte wenn möglich biologisch produziert wurden. Ich habe selber zwei Sommer als Sennerin auf der Alp verbracht und weiss, was es bedeutet, selber von Hand hochwertige Produkte herzustellen. Daher ist es mir ein Anliegen, kleine Produzenten und Bauern zu unterstützen, die hier auf dem Markt ihre Ware verkaufen. Zusätzlich mag ich einfach die Stimmung, die Farben, Gerüche und das Degustieren auf dem Markt.

Ariane Siegrist, Konsumentin